

PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen



Oleh :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2013

PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

S K R I P S I



Oleh :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2013

# USULAN PENELITIAN

PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Yang Diajukan :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080 / FE / EM

Telah Diseminarkan Dan Disetujui Untuk Menyusun Skripsi Oleh :

Pembimbing Utama

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal:.....

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196 509 071 991 031 001

# S K R I P S I

## PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Yang Diajukan :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080 / FE / EM

Disetujui Untuk Ujian Skripsi Oleh :

Pembimbing Utama

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal:.....

Mengetahui,  
Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

Drs. Ec. R.A. Suwaidi, MS  
NIP. 190 003 301 986 031 001

# S K R I P S I

PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Yang Diajukan :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080 / FE / EM

Disetujui Untuk Ujian Skripsi Oleh :

Pembimbing Utama

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal:.....

Mengetahui,  
Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

Drs. Ec. H. Rahman Amrullah Suwaidi, MS  
NIP. 190 003 301 986 031 001

# S K R I P S I

PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Yang Diajukan :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080 / FE / EM

telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

Pembimbing

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal:.....

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196 509 071 991 031 001

# USULAN PENELITIAN

## PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Yang diajukan

ASYHADI HIDAYAT

0912010080/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminari oleh :

Pembimbing Utama

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal : .....

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196509071991031001

# USULAN PENELITIAN

## PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Yang diajukan

ASYHADI HIDAYAT

0912010080/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal : .....

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196509071991031001



# SKRIPSI

## PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Diajukan Oleh :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080/FE/EM

Disetujui untuk Ujian Skripsi oleh:

Pembimbing Utama

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Tanggal, .....

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Drs. Ec. H. Rahman AmrullahSuwaidi, MS  
NIP. 196003301986031003

PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Surabaya)

Diajukan Oleh :

ASYHADI HIDAYAT  
0912010080/FE/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal : 31 Mei 2013

Pembimbing  
Pembimbing Utama

Tim Penguji  
Ketua

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM  
NIP.19640512199003001

Dr. DhaniIchsanuddinNur, MM  
Sekretaris

SugengPurwanto, SE, MM  
Anggota

Drs.Ec.Hery Arianto.L.W.MM

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional UPN "Veteran"  
Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM  
NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan hidayah dan karunianya-Nya, sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Yamaha Matic Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional ”VETERAN” Surabaya)”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati untuk menyampikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu guna mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Rahman Amrullah Suwaidi, MS, selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Ec. Hery Arianto. L. W. MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, meluangkan waktu dan memberikan bimbingan guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Ucapan terima kasih kepada keluargaku, bapak dan ibu serta saudara yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun materil dengan tulus ikhlas.
8. Ucapan terima kasih kepada Wenny Anggreswati. yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan selama menulis skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih juga kepada teman-temanku khususnya teman S\_B UPN yang telah membantu dan telah memberikan dukungan dan semangat.

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya di masa yang akan datang.

Surabaya, 19 Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
ABSTRAK .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	11
2.3. Ekuitas Merek (Brand Equity) .....	12
2.3.1 Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	14
2.3.2 Kesan Kualitas (Perceived Value) .....	17
2.3.3 Asosiasi Merek (Brand Association) .....	20
2.3.4 Loyalitas Merek (Brand Loyalty) .....	22
2.4 Keputusan Pembelian .....	26
2.5 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan .....	28
2.6 Kerangka Konseptual .....	30
2.7 Hipotesis .....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	31
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.1.1. Definisi Operasional Variabel .....	31
3.1.1.1 Ekuitas Merek (X) .....	31
3.1.1.2 Keputusan Pembelian (Y) .....	33
3.2 Pengukuran Variabel .....	34
3.3 Teknik Penentuan Sampel .....	35
3.3.1 Populasi .....	35
3.3.2 Sampel .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4.1 Jenis Data .....	36
3.4.2 Sumber Data .....	37
3.4.3 Pengumpulan Data .....	37
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	39
3.5.1 Teknik Analisis .....	39
3.5.2 Confirmation Factor Analysis .....	39
3.5.3 Pengujian Hipotesis .....	42
3.5.3.1 Asumsi Model (Partial Least Square) .....	42
3.5.3.2 Pengujian Hipotesis dan Hipotesis Kausal .....	43
3.5.3.3 Evaluasi Model .....	46
3.5.3.4 Kriteria Penilaian PLS .....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	50

4.2.2 Deskripsi Ekuitas Merek (X) .....	52
4.2.2.1 Kesadaran Merek (X1) .....	52
4.2.2.2 Kesan Kualitas (X2) .....	53
4.2.2.3 Asosiasi Merek (X3) .....	55
4.2.2.4 Loyalitas Merek (X4) .....	58
4.2.3 Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.3 Analisis Data .....	61
4.3.1 Model Pengukuran PLS .....	61
4.3.2 Uji Inner Model (Pengujian Model Struktural) .....	64
4.3.3 Uji Kausalitas .....	65
4.4 Pembahasan .....	66
4.4.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Ekuitas Merek (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	68
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
DAFTAR PUTAKA .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Penjualan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI).....	3
Tabel 1.2	Sepeda Motor Yamaha Matic di Dealer “Pusat Motor” Surabaya Periode Tahun 2012 .....	4
Tabel 1.3	Market Share Matic .....	5
Tabel 3.1	Kriteria Penilaian PLS .....	46
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.3	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Kesadaran Merek (X1) .....	53
Tabel 4.4	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kesan Kualitas (X2) .....	55
Tabel 4.5	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Asosiasi Merek (X3) .....	57
Tabel 4.6	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Merek (X4) .....	58
Tabel 4.7	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4.8	Outlier Loading (Model Pengukuran dan Validitas) dan Second Order (Model Pengukuran Indikator dengan Dimensi) .....	62
Tabel 4.9	First Order (Model Pengukuran Indikator dengan Dimensi) .....	64



Tabel 4.10	Average Variance Extracted (AVE) .....	65
Tabel 4.11	Uji Kausalitas (Inner Weight) .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Nilai Dari Kesan Kualitas .....	18
Gambar 2.2	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 3.1	Contoh Model Pengukuran Faktor Informasi.....	40
Gambar 3.2	Analisis Full Model .....	41
Gambar 4.1	Model Pengukuran PLS .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Lampiran .....	70
-----------------------	----

# PENGARUH EKUITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional ” VETERAN” Surabaya)

Asyhadi Hidayat  
0912010080

## ABSTRAKSI

Ekuitas Merek berhubungan dengan nama merek yang dikenal, kesan kualitas, dan aset-aset lainnya seperti paten, dan merek dagang. Jika pelanggan tidak tertarik pada satu merek dan membeli karena karakteristik produk harga, kenyamanan, dan sedikit memperdulukan merek Ekuitas Merek rendah. Namun pada Sepeda Motor Matic Yamaha di Dealer “Pusat Motor” Surabaya, Periode Tahun 2012 Yamaha matic mengalami naik turun dan cenderung mengalami penurunan dalam penjualan. Banyak hal yang menjadi penyebab dari penurunan penjualan merek sepeda motor Matic Yamaha tersebut, tujuan salah satunya adalah nilai ekuitas merek yang kurang baik di mata konsumen, untuk mengetahui dan menganalisis ekuitas merek sepeda motor matic Yamaha terhadap keputusan pembelian di Universitas Pembangunan Nasional ”VETERAN” Surabaya.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya. dan pengambilan sample dilakukan secara purposive sampling dengan sampel mahasiswa (konsumen) yang telah memiliki Matic Yamaha dan berada di kawasan Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa timur. SURABAYA. dan berusia 18-24> tahun ke atas data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun dalam bentuk semantic differential scale. Teknik analisis menggunakan Partial Least Square (PLS).

Hasil dari penelitian ini dapat dilihat pada uji kausalitas yang menunjukkan bahwa variabel Ekuitas Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Keyword : Ekuitas Merek , Keputusan Pembelian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi pasar bebas memberi peluang munculnya berbagai jenis produk kendaraan dengan berbagai merek yang dijual. Persaingan antara merek produk dari setiap produk kendaraan yang semakin tajam, mengakibatkan setiap konsumen dapat memilih variasi merek produk kendaraan yang lebih berkualitas, maka dalam menunjang pengambilan keputusan, setiap konsumen dapat memilih sesuai dengan selera, daya beli dan kualitas produk kendaraan, Dalam hal ini kendaraan tersebut adalah sepeda motor.

Sebagai alat transportasi darat sepeda motor dipilih karena harganya yang terjangkau, bisa mengarungi kemacetan daerah perkotaan, dari segi ekonomis sepeda motor mampu mengurangi biaya bahan bakar, dan mudah perawatannya. Konsumen dalam mengambil keputusan mengenai alternatif pilihan produk akan mempertimbangkan faktor sosial, budaya dan psikologis (Kotler,2001). Seiring dengan perkembangan teknologi dan pembangunan yang ada di segala bidang saat ini, perkembangan sarana transportasi pun telah berlangsung dengan cepat. Dapat kita lihat sekarang ini, melalui jenis kendaraan automatic yang dapat mempermudah seseorang dalam mengendarainya. Tidak heran kalau

hampir semua lapisan masyarakat saat ini memilih sepeda motor sebagai alat transportasi darat ini.

Diantara berbagai jenis sepeda motor, terdapat satu jenis kendaraan yakni sepeda motor matic. Sekarang ini berbagai merek sepeda motor matic membanjiri pasar otomotif motor nasional diantaranya, Honda, Yamaha, Suzuki. Other dan lain sebagainya. Dari beberapa jenis varian motor matic yang beredar di Indonesia, konsumen bisa memilih jenis matic yang sesuai dengan kebutuhannya.

Saat ini pasar motor nasional dikuasai motor jenis matic, bukan jenis bebek lagi. Dari data penjualan sepeda motor yang dikeluarkan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), market share motor matic di Indonesia mencapai 58,62 %, sisanya jenis motor bebek dan sport. Alasan utama konsumen menyukai motor jenis ini karena kemudahan dalam mengendarainya, dimana pengendara tidak perlu lagi repot pindah gigi. (<http://motorplus.otomotifnet.com/read/2012/08/08/333534/30/9/Bebek-Semakin-Tergusur-Matik-Kuasai-Penjualan-Motor-Nasional>)

Perkembangan industri sepeda motor di indonesia dengan bermacam - merek yang digunakan oleh perusahaan produsennya juga menjadi isu merek ini jadi sangat strategis dikarenakan dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk mengembangkan dan memelihara loyalitas pelanggan. Ekuitas Merek yang kuat akan membangun loyalitas, dan loyalitas akan mendorong keputusan pembelian. Ekuitas Merek yang kuat

akan menghasilkan harga yang menarik dan menjadi penghalang bagi masuknya pesaing.

Menurut data penjualan yang dikeluarkan oleh (<http://autoblogindonesia.wordpress.com/tag/data-aisi-2012/>) Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) di segmen matic. Peringkat pertama Honda dengan jumlah 1.408.650 juta unit, yang di susul Yamaha dengan penjualan 703.297 unit, di ikuti Suzuki dengan penjualan sejumlah 71.665 unit, dan di ikuti Other dengan penjualan 3.430 unit. Menurut dari data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). Merek sepeda motor Yamaha segmen metic kalah bersaing dengan honda, lebih tepatnya mulai tahun 2010 sampai juni 2012. Yamaha matik selalu dibawah penjualan Honda matic.

Tabel 1.1

Laporan Penjualan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

MERKEK	2007	2008	2009	2010	2011	JAN-JUN 2012
HONDA	275.993	602.488	896.560	1.551.386	2.381.926	1.408.650
YAMAHA	495.858	897.030	1.174.536	1.541.543	1.644.165	703.297
SUZUKI	82.643	116.598	198.101	283.607	124.523	71.665
OTHER	6.370					3.430
TOTAL	860.864	1.616.116	2.269.197	3.376.536	4.150.614	2.187.042

Sumber : Laporan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) semester I 2012.

Tabel I.1 diketahui bahwa penjualan tahun 2010 sampai juni 2012 merek sepeda motor Yamaha matic kalah bersaing dengan Honda matic, hal ini mengindikasikan bahwa pembelian konsumen akan Yamaha Matic mengalami penurunan, ini dikarenakan terdapat konsumen yang menggap

ekuitas merek kurang baik terhadap sepeda motor Yamaha Matic, dan berikut ini adalah Data penjualan sepeda motor Yamaha Matic di Dealer Yamaha Pusat Motor Jl. Ngagel Jaya 97-99 Surabaya dalam 12 bulan terakhir mulai bulan Januari-Desember 2012 :

Tabel 1.2  
Sepeda Motor Yamaha Matic di Dealer “Pusat Motor” Surabaya  
Periode Tahun 2012

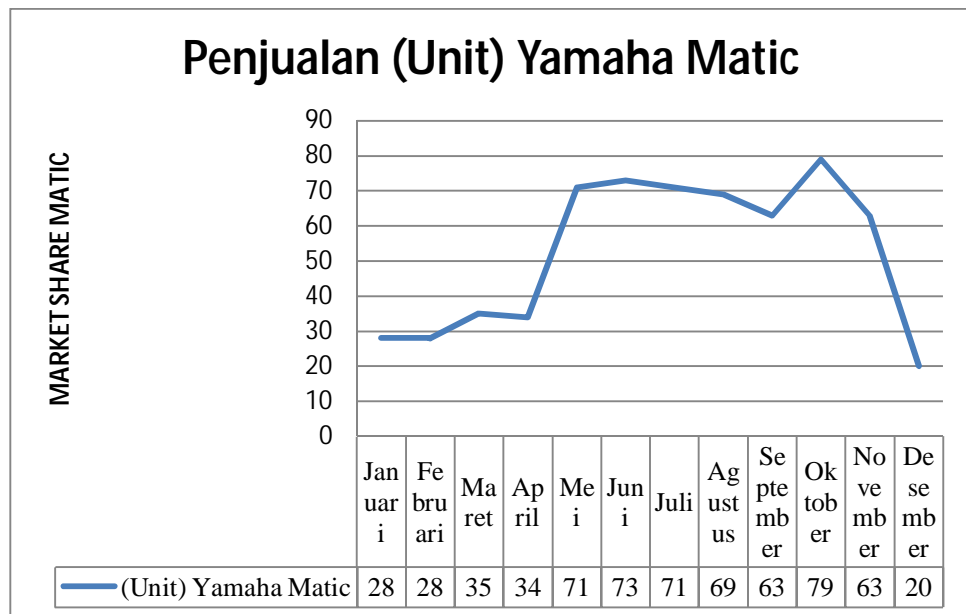
No	Periode (Bulan)	Penjualan(Unit) Yamaha Matic
1	Januari	28
2	Februari	28
3	Maret	35
4	April	34
5	Mei	71
6	Juni	73
7	Juli	71
8	Agustus	69
9	September	63
10	Oktober	79
11	November	63
12	Desember	20

Sumber : “Pusat Motor” Ngagel Jaya 97-99 Surabaya, Tahun 2012



Tabel 1.3

Market Share Matic.



Sumber : “Pusat Motor” Ngagel Jaya 97-99 Surabaya, Tahun 2012

Tabel I.3 market share metic diketahui bahwa persentase merek sepeda motor Yamaha matic mengalami naik turun (Fluktuatif) dan cenderung mengalami penurunan mengindikasikan respon pembelian konsumen terhadap Yamaha Matic menurun. Salah satu penyebab fenomena penurunan penjualan ini adalah adanya nilai ekuitas merek yang kurang baik terhadap sepeda motor Yamaha Matic.

Fenomena yang terjadi pada “Dealer Yamaha Pusat Motor” Surabaya adalah Yamaha matic mengalami naik turun (Fluktuatif) dan cenderung mengalami penurunan dalam penjualan, merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari penurunan penjualan merek sepeda motor Yamaha

Matic tersebut, salah satunya adalah nilai ekuitas merek yang kurang baik di mata konsumen.

Ekuitas merek (Brand equity) sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena yang terdapat dalam ekuitas merek yaitu Kesadaran merek (Brand Awareness), Kesan kualitas (Perceived value), Asosiasi Merek (Brand association), Loyalitas Merek (Brand Loyalty) dalam Keputusan Pembelian serta pencapaian keputusan tersebut, sehingga terdapat hubungan yang positif antara lima dimensi dari ekuitas merek dengan keputusan pembelian konsumen.

Beberapa ekuitas merek yang kurang baik dari konsumen adalah, sepeda motor Yamaha Matic kurang irit atau boros bahan bakar. Dari segi model, Yamaha Matic dinilai konsumen memiliki bodi yang terlalu sederhana sehingga terkesan kurang futuristic.

Ekuitas Merek (Aaker, 2003:15). (Aaker, 2003:165) juga menjelaskan bahwa Ekuitas Merek berhubungan dengan nama merek yang dikenal, kesan kualitas, dan aset-aset lainnya seperti paten, dan merek dagang. Merek dapat di kelompokkan dalam 4 kategori yaitu: 1. Kesadaran merek (Brand Awareness), 2. Kesan kualitas (Perceived value), 3. Asosiasi Merek (Brand association), 4. Loyalitas Merek (Brand Loyalty), jika pelanggan tidak tertarik pada satu merek dan membeli karena karena karakteristik produk harga, kenyamanan, dan sedikit memperdulukan merek, kemungkinan Ekuitas Merek rendah, sedangkan jika para pelanggan cenderung membeli suatu merek walaupun dihadapkan pada

para pesaing yang menawarkan produk yang lebih unggul, misalnya dalam hal harga kepraktisan, maka merek tersebut memiliki ekuitas tinggi.

Sedemikian pentingnya peran Ekuitas Merek sebagai landasan dalam menentukan langkah dan strategi pemasaran dari suatu produk, sehingga sering kali Ekuitas Merek memperoleh pengkajian yang mendalam. Semakin kuat Ekuitas Merek suatu produk, semakin kuat pula daya tariknya di mata konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Dan selanjutnya dapat mengiring konsumen untuk melakukan pembelian serta mengantar perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu (Durianto, 2001:3). Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian, menurut (Kotler. 2001: 226) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Sepeda Motor Matic Yamaha Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Universitas Pembangunan Nasional ”VETERAN” Surabaya)

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah Ekuitas Merek sepeda motor Matic Yamaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Ekuitas Merek sepeda motor Matic Yamaha terhadap keputusan pembelian di Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian diatas maka manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- Bagi pihak lain : Diharapkan peneliti ini dapat memberikan kontribusi pada penelitian selanjutnya agar faktor-faktor diteliti dalam penelitian ini dapat di kembangkan, sehingga mampu mengcover kondisi yang kompleks dalam dunia nyata secara teoritis.
- Sebagai masukan dan bahan pertimbangan penelitian yang selanjutnya berhubungan dengan Ekuitas Merek.
- Penelitian ini merupakan kesempatan untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan peneliti dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan, menetapkan teori – teori ekonomi khususnya mengenai

pemasaran yang diterima di bangku kuliah terhadap masalah – masalah aktual di lapangan.

- Sebagai media untuk menguji kemampuan menulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh.